

baby&junior

WWW.BABYUNDJUNIOR.DE

DAS INTERNATIONALE FACHMAGAZIN
THE INTERNATIONAL TRADE MAGAZINE

4|2026

Business Talk
ab Seite 14

Fairs & Events
ab Seite 67

BIBS®
SINCE 1978

EXCLUSIVE BATH, LIVING AND CARE TEXTILES



VISIT US AT THE
KIND & JUGEND
TRADE FAIR
IN HALL 10.1
BOOTH F021




FEILER
GERMANY
MINI

*Love at
first touch*



DESIGN **KROKO**

Die Hey Baby-Jahresausgabe für Sie und Ihre Kunden!

Das kostenlose B2C-Magazin zum Auslegen im Handel.

Scannen, lesen,
kostenlose Exemplare
bestellen.



**Sie möchten
Hey Baby bei sich
auslegen oder an Ihre
Kunden versenden?**

Einfach Ihre kostenlosen Exemplare
unter vertrieb@meisenbach.de
anfordern.*

*Mindestbestellmenge 50 Stück

Zwischen Preisdruck und Perspektiven

Liebe Leserinnen und Leser,

es ist wieder diese besondere Zeit im Branchenkalender: Die Kind + Jugend steht vor der Tür. Vom 15. bis 17. September trifft sich die internationale Baby- und Kleinkindbranche in Köln - in einer Zeit, die von Aufbruch, Anpassungsdruck und der Suche nach neuen Geschäftsmodellen geprägt ist.

Einige aktuelle Zahlen liefert der neue Trendbericht des Bundesverbands Deutscher Kinderausstattungs-Hersteller (BDKH): 2025 wurden in Deutschland nur rund 654.300 Kinder ge-

boren - 3,4 % weniger als im Vorjahr. Auch für 2026 zeichnet sich bislang ein weiterer Rückgang ab. Gleichzeitig verschiebt sich der Wettbewerb ins Digitale. Plattformen wie Temu und Shein verstärken den Preisdruck, während Amazon seine dominante Position weiter ausbaut (mehr dazu ab Seite 18).

Zusätzlichen Druck bringt die neue EU-Verpackungsverordnung (PPWR), die seit 12. August gilt. Sie verlangt u. a. mehr Recyclingfähigkeit, weniger Verpackungsmaterial und neue Kennzeichnungen. Dass die EU-Kommission erst kurz vor dem Start zusätzliche Leitlinien zu zahlreichen Auslegungsfragen veröffentlichte, zeigt, wie anspruchsvoll die praktische Umsetzung ist.

Hinzu kommt eine neue Macht: die KI. Künftig könnten Eltern nicht mehr nach einem bestimmten Produkt suchen, sondern einer KI ihr Bedürfnis schildern und diese übernimmt Auswahl, Vergleich und Bewertung. Hersteller müssen deshalb Produktdaten vollständig, strukturiert und aktuell präsentieren. Wer von Maschinen nicht verstanden wird, wird womöglich auch vom Kunden nicht mehr gefunden. Vor kurzem hatte ich Alexander Weise von HowTo Marketing im baby&junior-Podcast zu Gast, der genau erklärt, wie Angebot, Werbung und Webshop profitabel Hand in Hand gehen. Hören Sie gerne rein!

MESSEBESUCHE MIT MEHRWERT

Wie dynamisch die Branche ist, zeigte zuletzt auch die Kindermode. Die Supreme Kids in München und die Kindermode Nord in Hamburg haben erneut wichtige Orderimpulse gesetzt. Umso unverständlicher war die zwischenzeitliche Unruhe um die Terminplanung: Die Supreme Kids am selben Wochenende wie die Kindermode Nord wäre in der aktuellen Situation kein guter Zug gewesen. Händler haben weniger Zeit und Budgets, Reisen wollen gut geplant sein. Gerade jetzt sollten Orderplattformen nicht um dieselben Besucher konkurrieren, sondern den Handel gemeinsam stärken. Unsere Eindrücke von allen internationalen Kindermodemessen finden Sie ab Seite 67. Doch nun richtet sich der Blick nach Köln: Wir freuen uns auf den Austausch und laden Sie am 16. September um 17 Uhr herzlich an den BCMI-Stand zur Happy Hour ein.

Viel Freude beim Lesen der neuen Ausgabe wünscht Ihnen

Katja Keienburg

Katja Keienburg
katja.keienburg@babyundjunior.de



HALLE 10.1
C010 - D019